

学生による起業事例の考察

Case Study on Starting-up of a “Venture Company” Established by
University Students

後 藤 俊 夫

Toshio GOTO

(平成12年10月2日受理)

はじめに

静岡産業大学国際情報学部の学生は、2000年9月末日に「有限会社クリック・ドット・コム」を設立し、10月下旬から正式の営業を開始した。その経緯を見ると、従来指摘されている起業モデルとは必ずしも一致しない要素が指摘できる。すなわち、最初から傑出した天才的な若者が自発的に起業していくプロセスではなく、潜在的な起業願望をもつ複数の若者が起業に向けて結集していくプロセスであることがわかる。本論では、こうした起業モデルを“指導されたベンチャー・モデル”と命名し、その経緯を分析する。

わが国における起業家精神の欠如が指摘されている。それを日本民族の本来的な弱点とする議論の妥当性は別として、現状から短期間に起業を促進するうえで、このモデルに着目し、成功要因を抽出する努力は、今日的意義が少なくないと思われる。

Summary

A venture company, named as “click.com”, is going to be established by a group of students at SSU (Shizuoka Sangyo University). The firm is to start its operation around the end of October.

This paper describes and analyzes the process from its foundation to the start of the operation. Its whole process may serve as one of a new model of “venture company”, which differs from the typical Anglo-Saxon model in several aspects. The author highlights, among others, activities related to raising capitals, registering the firm, preparing the business plan as well as actually starting up the operation.

1. 経緯

静岡産業大学国際情報学部¹の学生ならびに教職員有志は、駅前商店街の空き店舗活用による実験店舗運営を柱とする企業を立ち上げた。その背景要因としては、下記の3点があげられる。

1. 静岡県、藤枝市、藤枝商工会議所を中心とする行政側における中心市街地商店街の活性化。従来の発想にとらわれず、学生のエネルギーと新しいアイデアの活用。
2. 経営学における実験室としての実験店舗構想
3. 学生のアントレプレナーシップ教育

第1に、今回の起業の直接的な契機は、静岡県商工労働部を中心とする行政からの商店街活性化に対する参画要請であった。具体的には、商店街に散在する空き店舗を利用した店舗経営の実施要請であった。2000年2月3日に、静岡県商工労働部商業街づくり室長が同学部を来訪し、趣旨説明があった。特に、従来の発想にとられない学生の新しい発想ならびにエネルギーの活用が狙いであると説明があった。市としても、実験店舗を活性化の起爆剤としたいと考えており、すでに基本計画にも盛り込まれている。

第2に、大学の側にも同様の方向性を望む意志が以前から存在していた。1998年あるいはそれ以前から、経営学の実験室としての実験店舗構想が主張されていた。工学部など自然科学系統の学問分野では学んだ理論を確認する実験室が欠かせない。新しい発見を生み出す貴重な施設でもある。対照的に社会科学分野では、実験室の存在は稀である。社会科学が対象とする社会現象は多様かつ複雑な環境条件の下で営まれる。実験によって理論を検証するには、全ての条件をコントロールする必要があるが、こうした条件整備を社会現象に適用するのは極めて困難である。しかし、実際に物品を販売する店舗運営をすることにより、生きた経営を学ぶ経験を通じて、学生が極めて貴重な教訓を得られると期待される²。特に、本学部では“社会に開かれた大学”を目指し、座学にとどまらない実学を重視する立場から、こうした実験店舗というコンセプトが行政など各方面に提唱されていた。上述した県庁の動きは、こうした大坪檀教授（現学長）による働きかけが原動力となって実現したものである。

第3に、学生に対するアントレプレナーシップ教育を重視する動きも、学内に存在した。学生時代に起業経験を積むことは、ベンチャーを起業する学生層にとどまらず、既存企業に就職する多くの学生にとっても、意義が大きい。

2月17日に静岡県（商工労働部商業街づくり室、志太榛原行政センター）、藤枝市商工労働課、藤枝商工会議所と同学部による4者会議が開催された。ここで、以下の4点が確認された。

1. 静岡産業大学国際情報学部は商店街活性化に協力し、空き店舗を利用して店舗を開設する
 2. 県・市は同プロジェクトを商店街活性化事業として位置付け、出きる限りの支援を行う
 3. 立地場所は藤枝駅北口の「藤枝駅前商店街」を優先して選定する
 4. 藤枝駅前商店街振興組合を含め、早々に5者会議を発足させ、推進にあたる
- 藤枝市には主な商店街が7つ以上存在する。駅前南口の商店街は大型店舗（アピタ）や

ファーストフード店があり、大型駐車場を含む近代的な商店街である。一方、北口商店街は旧来の伝統的な商店街であり、若者にとっての魅力は明らかに南口商店街が高い。にもかかわらず北口商店街を立地場所として選定したのは、“北口商店街は、どの都市も直面する商店街の問題をかかえる典型的な商店街である。ここで成功すれば、そのノウハウは多くの商店街への水平展開が可能となる”という行政側からの要請を受け入れたものである。“藤枝モデルを全県下に水平展開したい”という願いが、行政側に存在した。

JRを利用し、駅前北口のバスターミナルから大学へ通学する学生は少なくない。彼らの心象には、駅前商店街は存在しないといっても過言ではない。初期段階で同プロジェクトに関心を示した学生のうち任意の14名に質問したところ、駅前商店街で買物をした学生は僅か1名に過ぎず、それもコンビニエンスストアで弁当を買ったというだけで、商店街とは疎遠である状況が読み取れた。事実、“駅前商店街は、通過点に過ぎない”という発言が往々にして聞き取れた。しかし、後日実施した商店街調査を通じて、学生の関心をひく店が複数確認されたのも事実である。すなわち、学生と商店街の関係性を変化させることも、商店街活性化につながり得る可能性を示している。

2月17日の会議（上記）は藤枝駅前商店街振興組合を含む5者会議の準備会として位置付けられた。店舗を開設する場との友好関係は極めて重要であり、最初から対等な立場で5者が揃うことが今後の関係という観点から肝要と考えられたからである。

3月16日に藤枝駅前商店街振興組合を含めた5者会議が開かれた。ここで、下記が合意された。

1. 会の名称を「ふじえだ駅前店舗研究会（以下「研究会」）とする
2. 研究会は、関係者の調整の場とする。
3. 月2回程度のペースで開催する

以後、研究会の進捗は図表1のとおりである。併せて、学内の準備状況その他関連事項を示した。

なお、研究会には、以上の他にも静岡県立大学、静岡産業大学経営学部からオブザーバー出席があった。参加メンバーの一覧表を図表2に示しておこう。

図表 1. 営業開始に至る主なイベント

	研究会	学内準備	その他
3 月	3/16 (第 1 回)		
4 月	4/12 (第 2 回)	学内発起人会議(4/14)	
		検討会議(4/25)	
	4/26 (第 3 回)		
5 月	5/9 (第 4 回)		
	5/25 (第 5 回)		
			夏祭企画委員会(5/30) @組合
6 月	6/7 (第 6 回)		
	6/15 (第 7 回) @組合		
	6/30 (第 8 回)		
7 月	7/4@組合 (緊急対策会議)		夏祭企画委員会(7/4)@組合
	7/13 (第 9 回)		夏祭企画委員会(7/27)@組合
	7/29 設立大会	設立大会準備会(7/21)	
	7/31 (第 10 回)		
8 月	8/4@組合 (17:30～) (緊急対策会議)		
	8/10@現地 (18:00～)		
	8/16@組合		
	8/29@組合 (第 11 回)	8/29@組合	豊橋商工会議所来訪(8/28)
9 月		9/4@後藤宅	e-ビジネス打合せ (9/5)
			若者 DB 準備作業(9/7)
			HP 作成打合せ@伊東市(9/11)
	9/12 (第 12 回)		第 6 回東海・北陸商店街おかみさんサミット@名古屋市(9/13)
			若者 DB 準備作業(9/14)
			ミニ店舗出店希望者打合せ(9/15 祝日)
			若者 DB 準備作業(9/18)
10 月	10/6 (第 14 回)		
	ミニ店舗出店者選定		
	10/14、15：仮オープン		
	10/22：正式オープン		
	10/19 (第 15 回)		県知事視察(10/27)

注 1) 主な会議・イベントのみを示す

注 2) @は会場を示す (記入ない場合は大学構内)

図表 2. 「ふじえだ実験店舗研究会」構成員一覧表

名称	部署	備考
静岡産業大学国際情報学部		研究会会長
静岡県	商工労働部商業街づくり室	同副会長
同	志太榛原行政センター	
藤枝市	商工労働課	
藤枝商工会議所	商工業振興課	
藤枝駅前商店街振興組合	理事長他	
その他	静岡県立大学	オブザーバー
	静岡産業大学経営学部	同

上記のように、学内で関係者が計画を立案し、節目ごとに研究会の場において学外関係者と調整・検討を加えて、計画を練り上げる方法でプロジェクトは進められた。会社設立の基本方針は、下記に集約された。

①受け皿体制

形態：有限会社あるいは株式会社とする

出資者：学生・教職員・地場企業・市民など

* 大学関係者も応分にリスクを負担する

* 地域企業・市民からの出資も仰ぎ、地元から支援される事業体を目指す

②事業内容

- 1) 地場企業の商品・サービス販売（店頭販売）
- 2) 同上（電子商取引）
- 3) ホームページ作成並びに更新・維持・運営
- 4) 各種市場調査（例：EC市場調査、ショーウィンドウの集客効果測定）
- 5) 各種コンサルティング（例：商店街の競争力強化施策）
- 6) 各種教育訓練（例：インターネット入門講座）
- 7) 人材派遣業（例：ホームページ立ち上げ）
- 8) 出版
- 9) 各種販売促進イベントの企画・実施

設立に向けた最初の大きな節目は7月29日の設立大会であった。学内及び学外からの出資者が一同に会する場であり、そこで下記が全会一致で承認された。

- ・定款
- ・役員
- ・社名
- ・本社所在地

会社は有限会社として設立する方針で進められ、最終的に420万円の出資が集まり、有限会社法が定める300万円以上という要件を満たした。社名については、学内公募で決まった「有限会社クリック・ドット・コム」が提案された。なお、商号略称は「旬くりっく.com」とした。設立大会の出席者から“藤枝という表記が欲しい”との要望があり、看板表記などにおいて考慮することとした。

初代の役員として、取締役には本学部学生3名（いずれも3年生）を選任し、うち一人を

社長として選任した。なお、監査役については必ずしも設ける必要はないが、学生による起業であり、健全な経営を維持するため、また多様な出資者に対する情報開示も考慮して、学外から地場金融機関支店長に就任を要請し、同意を得て実現した。

事業内容は、公証人役場ならびに法務局の認証を得るために必要な表現上の要件を満たしていなければならない。たとえば、PCという表現はパーソナルコンピュータと置きかえる、インターネットカフェでは喫茶店と誤解されかねないので別の表現に言いかえるなどの修辭的ノウハウが求められた。事前調整を担当した学生は、法務局ならびに公証人役場に日参して表現の調整にあたる日が8月に続いた。

さて、本社所在地は、この時点では「藤枝市」という表記にとどめざるを得なかった。実は後述するように賃貸契約を締結しようとする寸前に該当物件が差押えらえるという緊急事態が生じたためである。そのため、本社所在地の細部を表記できなかった。この件については、本社である店舗が決定した段階で、設立登記書類に明記して登記することとした。

7月12日という切迫した時期になって、店舗の第一候補物件が差押えられ、競売に付されることが、明らかになった。所有者が保証人となっていた娘婿が住宅ローン返済ができず、保証人の保有する不動産が差押えられる結果となったのである。

債権者である国民生活金融公庫に面談したところ、根抵当が平成5年11月14日に設定されており、限度額は4,000万円であり、負債額は4,035万円（うち元金3,800万円、金利235万円）と判明した。これを止めるには、債務全額を納めなければならない。既に競売手続きに入っており、裁判所が鑑定士に価格鑑定を依頼し、官報に登載する等の手続きがあるため、競売に参加しても開店迄は日程的に3ヶ月ないし半年かかるとの判断が示されたⁱⁱ。商店街がビルを買い上げ、貸テナント事業を実施する方法も検討されたが、3,000万円以上の負担は無理という結論にいたった。

設立大会において基本方針が承認された後、店舗物件に進捗が見られず、一時は営業開始が年末あるいは翌年3月までずれ込む懸念が広まった。また、夏季休暇に入り、2ヶ月という長期にわたる休眠状態も懸念された。中心になって活動している学生の多くが、長期の企業実習あるいはアルバイトを予定していたからである。

しかし、これ以上の時間を経過させるわけにもいかず、8月中旬には、別の物件の物色に入った。その時点で、偶然にも第一希望物件の隣に空き店舗が生じた。実は、この店舗も4月段階には空いており、当初から候補物件には含まれていたのである。しかし、第一希望物件より若干狭く、また補助金を受けるうえでの考慮などの理由から優先順位が低く、第一希望物件に絞って契約交渉を重ねているうちに、テナントが決まってしまった。その店では7月下旬に中古CD販売などの営業が開始したけれども、オープン後3日足らずで閉店したため、再び空き店舗となっていたのである。

この店舗に的を絞り、9月に入って最終的に賃貸を決定し、契約条件交渉を経て、9月14日に契約にこぎつけた。県から受ける補助金の関係で、店舗所有者との契約当事者は藤枝駅前商店街振興組合である。当該会社が振興組合と再賃貸契約を締結したのは会社設立後の10月6日である。

会社設立については、上述した理由のため手続きに停滞が見られ、10月5日に設立が確認された。設立日時は、書類提出日時に遡及して9月29日である。また、店舗営業につい

ては、10月14、15日にインターネットプラザ部分だけ仮オープンし、10月22日に正式に営業開始した。なお、オープニングセレモニーには、藤枝市長の他、藤枝商工会議所、駅前商店街振興組合、第二静岡学園、静岡産業大学の代表者が多数参加いただいた。

これを計画当初の日程計画（下記）と比べてみると、第1候補の店舗物件が頓挫したというハプニングがあったにもかかわらず、1ヶ月の遅れで営業開始できたわけである。

6月初～下旬	出資募集
7月下旬	登記（または設立総会）
～9月	各種許認可手続き（税務署、労働基準監督所等）
9月	営業開始 ⁱⁱⁱ

なお、店舗を必要としない事業（e-ビジネスならびに調査・コンサルティング事業）については、すでに9月中に受注活動を開始している。

2. 会社の概要と事業内容

本項では、今回設立した会社の形態・基本方針ならびに事業内容を概観する。

1) 会社形態

第1に、会社形態は、学生など広範な層からの出資を重視して、有限会社とした。最初から株式会社としての設立を選択すれば、公開によるキャピタル・ゲインを得る可能性も考えられる。実際、出資者からも“ナスダック・ジャパンに早く上場してもらいたい”という要望が聞かれた。しかし、有限会社の資本金は300万円でもいいが、株式会社の場合は最低限1,000万円必要である。後者の形式をとるには、学生や教職員など個人中心の出資では限度があり、大学ならびに地場企業からの多額出資が不可欠と考えられた。その場合は学生中心に経営したいという当初の思惑とは異なってしまいかねない。そうした判断から、この路線をとらなかったわけである。

第2に、出資は一口5万円とした。有限会社法は出資者数を50人以下と定めているので、複数口の出資者を想定している。

第3に、出資者であるが、学生・教職員の他、市民からの出資も仰ぎ、地元から支援される事業体を目指した。特に、学生も教職員と共に応分のリスク負担する点に留意した。学生、教職員、市民の出資比率は、おおよそ各1/3前後を想定した。

実際には、合計420万円が47名（84口）の出資者から寄せられた。47名の内訳は学生11名（11口）、教職員20名（39口）、一般市民17名（34口）である。

出資している学生は、実際には20名（20口）である。上記との差9名は、印鑑登録していないなどの理由で直接の出資者として名を連ねられなかった学生である。その対応として、出資者のひとりである教員が個別の学生と金銭消費貸借契約を交わす形式をとった。出資者をグループ化したとも表現できる。このグループ化は、出資者合計を法定数以内にまとめるという効果も果たしている。学外でも、同一地域の出資者がグループ化して、1人出資者に出資をまとめる動きがあった。いずれの場合も、会社側からすれば、グループを代表している個人だけが出資者なわけである。

なお、当該教員は、合計14口の出資をしており、さらに4名の学生を出資者として受け

入れる受皿の役目を果たすことができる。その場合、学生の実質的な出資者は最終的に24名（24口）となる。その時点で、全体の出資金額に学生が占める割合は29%になる。

最終的な出資者の構成をまとめると、図表3のとおりである。実質的な出資者は合計71名（84口）となる。

図表3．出資者の構成

正式出資者（名義上）			実質出資者			備考
区分	人数	口数	区分	人数	口数	
学生	11	11	学生	11	11	
教職員	20	39	教職員	20	25	
			学生	13	13	グループ化に同意
			学外	1	1	グループ化に同意
小計	31	50	小計	45	50	
学外	17	34	学外	17	25	
				9	9	グループ化に同意
小計	17	34	小計	26	34	
合計	47	84	合計	71	84	

また、地場企業・商店から法人としての出資申込が6件あった。これらについては、定款に定めた事業の整合など手続きが煩瑣になる点を考慮し、今回は個人名義による出資を依頼した。

2) 基本方針

事業内容を固めるにあたって、基本方針を以下の3点に要約した。

第1に、新しいビジネスモデルにより、ユニークな付加価値の実現をめざす。ビジネスをとりまく環境が厳しいのは言うまでもない。厳しい競争を勝ち抜くには、自社固有の付加価値が欠かせない。

商店街の活性化が叫ばれているが、その根本原因も固有の付加価値欠如に帰結するであろう。大型量販店やロードサイド店の登場あるいは既存商店街の駐車場不備など、商店街を取り囲む競争条件が厳しいのは間違いない。しかし、こういった外部条件を指摘しても、商店街が再び甦るわけではない。環境変化の下における自らの新たな存在価値を見極めることが緊急に求められている。

新たに船出する学生の手続きにとっても、条件は全く同じである。基本方針の冒頭に、新しいビジネスモデルによるユニークな付加価値の実現をあげた理由はここにある。

第2に、学生による経営と若者マーケティングをセールスポイントとした。まず、学生による経営は、起業する当初からの発想であり、この事業全体の原点に位置付けられる大命題である。

学生が自分たちの事業として自信をもって運営できるためには、自分たちと等身大の市場を対象として選ぶのが、ごく自然な論理的帰結である。最も良く理解できる市場であり、需要・供給の両面にわたって木目細かい把握がしやすい立場にある。

なお、この分野は重要である割には、体系的なマーケティングが実施されてきたとは言

いがたい。特に、若者に関する基本的な市場データが揃っていない点に注目した。新たに事業を始めるうえでは、こうした条件に着目することにより、後発参入としてむしろ有利な条件に転化できるのである。

第3に、地元から支援される事業体を実現することである。経緯で記したように、今回の起業には自治体や商店街からの多大な支援が重要な要因となっており、地域社会との共生を重視した。それは、「開かれた大学」という基本精神にのっけるといふ理由に基づくだけではない。

ビジネス運営について、商店街から真摯に学ぶためでもある。実際のビジネス運営について、商店街の各店は豊富な経験とノウハウを有しており、生きた経営を学ぶ絶好の環境を提供してくれる場として大きく期待される。

3) 事業内容

事業内容は、店舗経営とバーチャル事業が中心である。店舗は藤枝駅から徒歩2分という交通至便な場所にある2階建てビルの1階に位置しており、面積は26坪である。うち、12坪が直営のインターネットプラザであり、残りがテナントに賃貸するミニ店舗という構成である。

第1の事業は、インターネットプラザ事業である。PCを6台おいて、入場者が自由にインターネット環境を楽しむ場の提供と共に、各種の付加価値ビジネスを展開する。ひとつはインターネット教室である。パソコンにさわったことがない人から、能力の更なる向上を求める人々までを対象として木目細かいプログラムを用意する。教室形式だけでなく、インストラクター派遣による個人教師形式も順次開始する。さらに、名刺や商店チラシ作成を始めとする28種類のサービスを提供する。こうしたサービスはPCを持たない人が手軽に利用するデジタル・コンビニエンスのコンセプトとして位置付けられている。このように、一般的なインターネットカフェの範囲にとどまらない事業展開を行う点が特色である。

なお、インターネットの利用を目的とする顧客層に対しても、従来とは一味異なるサービスを用意する。ひとつはiF（インテリジェンス・ファクトリー）という概念の下に、若者が求める情報を提供し、他では得られない各種情報の創造と提供を志向する。こうした情報発信の訴求対象は、若者だけにとどまらず、若者を対象市場とする企業や商店も含まれる。また、仕事帰りのビジネスマンやSOHOを念頭において、フリーメールや個人向けフォルダーを用意する。このビジネスはPCを駆使して生み出せるため、固定費用が殆ど発生せず、在庫も必要としないのが、経営上のメリットである。

第2は、ミニ店舗賃貸事業である。1区画2坪弱の店舗を6区画用意し、起業したいが独立店舗を持つ余裕のない学生ならびに市民をテナントとして賃貸する。賃貸料は、市からの家賃補助を得て初年度は市価の半額程度（1万円/月）に抑えている。なおその他に、水道光熱費などの公益費を月額1.5万円負担していただく。

ミニ店舗は、インキュベーターとして位置付けている。すなわち、速やかに独立して店舗をかまえることができるよう、中小企業診断士の協力と県の経営相談サービス活用によるマーケティング・財務計画などの支援を提供する。

テナントとの賃貸期間は2年間で最大とし、営業2年度の賃貸料を2万円/月としたのも早期独立を促すものである。

ミニ店舗は、さまざまな種類の店が軒を連ねている点が通行客にとって魅力であろう。その意味で、テナント・ミックスへの配慮は重要である。全体として若者らしさが前面にでた屋台村のイメージを追求する。

第3に、各種ホームページ及びポータルサイトの企画・作成から運営を含む一連のIT事業である。同様のサービスを提供する多くの業者はホームページ作成を事業の中心に置いている。しかし、ホームページ運営を本当に効果あらしめるためには、継続的な情報発信が鍵であり、情報更新のフォローアップ・サービスこそが重要であるにもかかわらず、多くの場合は軽視されているのが実態である。

したがって、同事業においては、コンテンツの充実に重点をおき、その頻繁な更新を強調する。技術的な趣向をこらした重いホームページが多く見られるが、むしろ軽くて使いやすい製品作りを提唱する。

第4に、調査コンサルティング及び出版事業である。調査コンサルティングの一例を挙げれば、若者の収入・支出などに関する実態調査ならびに同データベース構築などである。家計収支については総理府あるいは経済企画庁が継続的に実施しているが、学生は調査の対象外とされている。また、民間機関によるデータ構築は皆無ではないものの、時系列的分析に耐えるデータベースは極めて貧弱なのが実態である。

ここでは、大学の学生を対象として、その経済活動の実態ならびに価値観に関するデータを収集し、将来的には15~25才へと上下の年齢幅を広げて、データベースを充実させる。わが国の消費全体に占める単身世帯の割合は30%と推定されており、企業にとって今後若者市場は重要性を一段と増すと予想される。若者セグメントの重要性は、量的な側面だけにとどまるものではない。質的側面、すなわち社会的な流行を生み出す先駆性も極めて重要である。その意味で、若者を重点訴求セグメントとする企業にとって、本事業は十分な魅力と実務的な価値を提供すると思われる。すでに、新聞紙上でも全国版で紹介され、反応を呼んでいる。

その他、出版事業は、学生のレポート集ならびに教科書など限定出版を想定している他、当面は履歴書の販売を予定している。また、カレッジ・グッズ販売ならびに各種イベント企画・運営事業を想定している。

以上の事業内容は一見すると多岐にわたっているように見えるかも知れない。しかし、相互に関連している点が相乗効果を発揮するうえで重要である。経営上では、eビジネスと従来型ビジネスの2本立てであるが、いずれも在庫を必要としない事業に特化し、またキャッシュフロー上の負担がない業態に集中させている。また、マーケティング上では、若者マーケティングが共通のキーワードである。

3. 会社設立

会社の形態など基本方針については既述したとおりであり、以下ではその設立実務の推移について重点的に記す。

会社設立作業は、有限会社法と設立実務の勉強から始まった。具体的には「定款」作成から始まり、出資者の賛同をとりつけて公証人役場の認証を得た後、法務局に届出て正式の設立に至る全過程を学生が行ったわけである。では、そのプロセスを時系列的に概観し

よう。

第1に、定款の作成である。定款では、①社名 ②所在地 ③事業内容 ④代表者氏名 ⑤出資者氏名などが記載されなければならない。これらについては、既に述べたとおりである。

次に、定款に出資者の押印を得る作業がある。有限会社の場合、株式会社と異なり、全出資者の氏名を記載し、それぞれ実印の押印によって、出資事実を証明しなければならない。実際の作業には、非常に時間を費やさなければならなかった。というのは、出資者が約50名という多数にのぼったためである。押印の他にも、割印と捨印が必要になる。通常の割印は見開き両ページにまたがる箇所に行うが、それだけでは12程度の押印しかするスペースがない。全ての押印をするには、どうしても4行が必要である。そのスペース確保と割印の方法が問題となった。公証人役場としても前例がなく、相談のうえ、ページをずらして割印する方法が選ばれた。割印が定款本文に入りこんでは好ましくないという判断で、文書部分を各ページの右半分程度に抑えることとなった。そのため、ページ数が10ページを超える破目になった。

割印してもらうには、出資者の自宅あるいは勤務場所を訪れて、押印してもらった。10ページ以上の全てにわたって割印するため、一人当たり約20分が押印に必要となった。また一人ずつ予約して訪問しなければならず、押印は8月中旬に始めて、9月中旬に漸く完了した。

同時に印鑑証明書が必要である。殆どの学生は実印登録をしていない。作業は、登録してもらうための説得から始まった。中には両親の承諾が得られなかったり、あるいは未成年の場合は親権者による保証条項が必要であったり、さまざまな障害があった。後者については、定款文書の中で明文化する必要があるということで、見送らざるを得なかった。

地場企業から法人としての出資申込が6社9口（合計45万円）あった。厚意は感謝するも、今回は法人出資を見送る方針とした。法人から出資を受ける場合には、事業内容が出資企業の定款記述と最低1項目は一致しなければならない。すなわち、定款の事業内容を見なおす作業が発生する。その後も総会議事録の提出など事務手続きが個人出資の場合よりも煩瑣なためである。

有限会社は株式会社に比べて、設立が簡便といわれている。しかし、必要資本金が300万円に引き上げられた結果、必ずしも簡便とはいいがたくなっている。既に述べた問題点をまとめると、以下のとおりである。

- ① 定款に出資者全員を記載する必要がある、登記の際、割印や捨印を全員からもらわなくてはならない。
- ② 出資者50人以下という縛りがあるため、50人を超えた場合は例外措置を申請するか、出資者をまとめる必要がある。
- ③ 出資者に変更が生じた場合、その都度定款を変更する必要がある。

起業を促進するうえで、これらの障害を迂回できる工夫が求められよう。最初から1,000万円集めて株式会社を設立するのは容易ではない。また、有限会社にしても、全額を自己資金ないし家族からの出資だけでまかなえない場合も少なくないであろう。多数の出資者を募って有限会社として発足を志す起業者の出現を促すよう、法的な環境整備が望まれるところである。

今回、小口の出資者が50名を超えたため、いくつかの対応策を検討した。第1は、ある個人に数名の出資を委託する方法である。しかし、この方法は、信託法によって、さまざまな制限が加えられ、非現実的と判断せざるを得なかった。法律違反となる可能性が極めて高かったからである。

第2は、匿名組合を設立する方法である。本来の匿名組合として共同出資は想定されていないものの、法的には何ら問題ないと考えられる。しかしながら、正式書類に50名近い出資者全員の押印が必要なことは変わらない。

第3は、個人間で金銭消費貸借契約を結ぶ方法である。これは個人的な借金であり、契約を文書化すると共に、利息についても定めておかないと、贈与とみなされかねない。しかし、これらの配慮をしさえすれば、法的には問題がない。

最後に、出資者数上限の例外措置を申請する方法もある。有限会社法は出資者を50名以内に制限しているものの、明確な理由を示せば許可される。しかし、多くの押印を回避する方策とはならない。

4. 起業の課題

1) ビジネス知識の習得

学生の起業には、下記するような特殊要因があり、それらのひとつひとつに丁寧な対応をしないと、夢は実現までたどりつかない。第1はアイデアをビジネスとして現実化するノウハウの欠如である。たとえば、卓越したアイデアがあっても、ビジネスプランを資金繰り段階にまで落とし込まなければ、ビジネスとしての可能性を議論するには至らない。今回の事例でも、ビジネスプラン作成を知っている学生はいなかった。ビジネスプランは、少なくとも下記を備えていなければならない。

1. 事業コンセプト
2. 市場ポテンシャル
3. マーケティング計画
4. 財務計画
5. 人事・組織計画

学生からも事業計画は2件提出されたが、いずれも財務計画が欠如していた。考えてみれば、学生だけでなく、一般の起業家についても同様の現象が見られる。今後、起業家養成プログラムを体系化して提供する仕組みが重要である。

2) タイムマネジメント

第2は、タイム・マネジメントである。今回の事例では、店舗の営業時間を下記の時間割に定めた。

日～木 : 12:00～20:00 (早番: 12:00～16:00、遅番: 16:00～18:00)

金～土曜: 12:00～22:00 (早番: 12:00～16:00、遅番: 16:00～20:00)

定休: 水曜日

実は、当初、営業時間として14:00開始を想定していたが、上記に変更した経緯がある。それは、今回の起業が周辺に及ぼす活性化インパクトに鑑みて、商店街から正午に営業開

始するよう要請があったのを受けたからである。

元来、起業当事者が夜型営業を重視していたのは、顧客の中心に若者を想定していたためである。しかし、営業に従事する学生の時間捻出については、あまり考慮していなかったのが実態である。開店時刻が14:00の場合、店頭で営業に従事する学生は3～5時間目の講義には出席できない。さらに、正午開店の場合は、開店準備時間も含めると2時間目も犠牲にする必要がある。

店頭で従事する学生を人選する最終段階（9月末）に入って、火曜日の早番に対する応募が全くないことが問題になった。その時間帯に、1～3年生の殆どが必修科目をかかえていたためである。幸いに時間が空いている学生が見つかって事無きを得たが、一時は定休日を火曜日にすりかえることも真剣に考えた。最初から時間割をじっくり調べておけば、防げた初歩的な問題であった。

1日8時間の営業時間を週6日間確保するうえで、講義時間との調整は重要である。また、店舗を定常的に開いておくためには、幾多の突発事故にも対処できなければならない。顧客サービスを維持するためにも、臨機応変な対応ができる体制が求められる。

こうした営業体制の確保と講義への出席を両立させるのは、容易ではない。その意味では、起業支援ならびに実践的教育推進の見地から、大学として起業参加に対する配慮を考えておく必要がある。現実には教育方針を定めるのは個別の教員である。成績評価における講義出席などの平常点の比重は、教員によって異なっている。また、講義に出席しなかった場合、レポート提出によるメイクアップなどの対応策も教員が判断する専決事項である。それら諸点の勘案において、教員の自主的な判断が求められる。

今回の起業にあたっては、店頭従事者の講義時間割との調整は何とか対応ができた。また、開店前段階において突発した問題についても公欠届を援用して乗り切り、事無きを得た。

長期的な観点から、こうした活動を企業実習と位置付け、単位取得できるような体系的配慮が必要となるであろう。現にそうした教育プログラムに組み込んでいる事例も他大学では報告されている^{iv}。

また、多くの学生はアルバイトによって学費を稼いでいるので、こちらの時間調整も難事である。実は各自アルバイトの時間帯がまちまちであるため、学生有志が集まる会議の時間を設定することすら、容易ではなかった状況であった。

起業に費やす時間に対する報酬も、重要な懸案事項である。今回の事例では、役員の報酬については、利益を計上できた場合に利益処分の一環として報酬を決定することで活動が始まった。しかし、通常の企業であれば、役員の月額報酬は利益実現の有無とは別に予め定めて支給される。利益処分の一環として決定するのは、賞与である。

もちろん、営業に従事する学生については、当初から有給としており、時間給を市場水準見合いで設定している。ただし、ゼミ活動としてホームページ作成や調査・コンサルティング活動に従事する場合は、単位取得を構成する教育活動であるから、原則無給である。しかし、この場合も厳密に検討すると問題が発生する。ゼミの指導教員がゼミ活動として認定していない場合、全く同等のホームページ作成に従事すれば、有給となる。両者の間で公平感の観点から問題が全くないとは言えないであろう。

ゼミ活動で事業を請け負う場合、同社から事業をゼミ教員に委託することになるので、

会社から指導教員に対して一定の指導料を支払うのが妥当であろう。事実、同社では顧客側から得る収入の範囲内で指導料を支払う内規を設けている。指導料は従事する学生の時給に見合うものではなく、また学生個人に全額を支払うことを想定してはいない。

その利用方法は指導教員に一任されている。多くの場合、そのプロジェクトを遂行するために必要なソフトウェアや機材あるいは書籍の購買に充当されるであろう。あるいは従事した学生との飲食費に用いられる場合も考えられる。いずれにせよ、従事する学生のモラルアップを含めて、指導にあたる教員が効果的に活用すれば良い。この場合、受領した指導料に関する税金問題を考慮しておく必要があるだろう。年末の確定申告で、教員個人の雑所得として所要経費と共に申告することになる。

3) 起業家精神

第3に、一人の学生が起業家として全てを一身に背負うのは現実的ではない。もちろん、事業家としての能力を備えた学生もいる。しかし、一方に万能ではないけれども起業したい学生が圧倒的に多いという事実がある。

こうした圧倒的多数の起業家候補生を顕在化させるには、それぞれの状況に見合った支援策が求められる。こうした配慮は起業家精神とは無縁であるばかりか、むしろ有害無益とする議論があることは充分承知している。逆境に立ち向かって成功してこそ、ベンチャー企業だとする議論にも根拠がないわけではない。

しかし、米国の事例を見ても、その成功を助けているのは周囲のさまざまな起業支援団体である。特にベンチャー企業が活発な動きを続けているスマートバレーの実態を見ると、たとえば優れた技術者が事業計画をプレゼンテーションすると、マーケティングや経理財務の専門家がそれぞれの専門ノウハウを出し合う。あるいは、経営専門家が全体を組織してビジネスとして成功させる仕組が存在する。ここで課題となっている起業支援について考えるならば、むしろ米国のほうがそうした土壌の整備が進んでいるわけである。

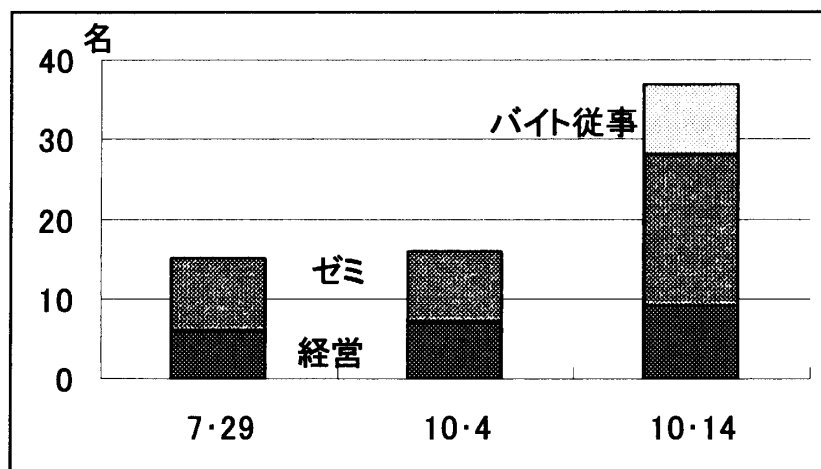
日米の比較をする場合、米国におけるエンジェルの存在や起業を推進する教育方法の有无などに大方の関心が注がれがちである。しかしながら、むしろ有形無形の起業支援システムの充実こそ今日の日本で最も求められる要素とも考えられる。

計画の初期段階である4月25日(火)に初めての学内説明会が開催された。通常の4時間目の講義が終了した後の時間帯(16:20~17:30)であったが、教職員を含む49名の参加があった。うち学生は45名で、70%が3年生であり、残りが2年生という構成であった。1年生の参加者はなかった。専攻コース別のデータは残っていないが、経営情報コースが多数ではあるものの、情報処理コースに所属する学生も1割前後はいた模様である。

当日参加した学生にアンケートを取った結果では、「非常に関心がある」が23名、「関心がある」が18名であった。関心がある項目は、多いほうから ①経営への参加、②出資、③調査、コンサルティングで、「出店」と答えた学生は10名程度であった。

今回の事例の推移を時系列的に概観すると、3つの大きな節目が見られる。図表4に示すように、店舗を定めて開店に向けた3つ目の節目に参加学生数が大幅に増加している様子が読み取れる。

図表 4 . 起業参加者の推移



学生の自主的な活動が顕著に見られたのは、最初の大きな節目である設立大会（7月29日）以来である。それ以前に、既に2名の学生AならびにB（図表5）の参画があった。彼らはいずれも設立大会で役員に選任され、リーダーシップを増していくのであるが、設立大会までの段階では参画といっても受身的なものでしかなかった。現に設立大会における社長（学生A）の挨拶に対して、“なんとなく借り物のようで、不安を感じた”という発言が出席者から聞かれた。

二つ目の大きな節目は会社の設立確定（10月4日）である。最初の節目からの合計2ヶ月は、かなりの部分が夏季休暇に取られてしまったのであるが、実はその期間に新しい活動家が生まれていた。役員2人がインターンシップで活発に動けない間、他の3人の学生（C, D, E）が定款の押印を得る活動を着実にこなしていった。

彼らは設立大会前後にも準備打合せに参加していたのであるが、全力で対応すべき活動が見出せないでいた。それが、自分たちが力を発揮する場を得て、活性化しただけでなく、定款押印を済ませた後も、活動のボルテージを着実に高めていった。

図表 5 . 主な参加学生の概要

学生	学年・性別	担 務	経緯
A	3年生。男	社長	当初から自発的に参加
B	同	取締役（法務・総務）	同
C	同	工務	定款押印に参加以来積極化
D	同	インターネットプラザ	同
E	同	ミニ店舗	同
F	同	経理	最終段階に入って積極化
G	2年生。男	広報	当初から参加しているが、居場所が不明

その内、C君（3年生。男子）は工務担当として活動に没頭した。すなわち、店舗の内装や家具・PC関連機器の発注などの裏方業務である。彼は、設営が一応完了した後は事業ラインの一部を担当する予定となっている。

D君（3年生。男子）はインターネットプラザ全体の運営責任を任されたところ、次々

と新しいアイデアを持ちこんできた。事実、彼の提案によって、付加価値サービスが導入され、直営部分がインターネットプラザとしての体裁を整えたのである。当初の直営部分はインターネットカフェという名称であり、その名が示すように基本的にはインターネットサーフィンを楽しむ場の提供という域をこえるものではなかったのである。彼は居酒屋でのアルバイトの傍ら、PC量販店で働き、さらに学内でTA（ティーチング・アシスタント）としてIT能力が高い中国からの留学生である。

E君（3年生。男子）は、ミニ店舗の準備を任された。具体的な業務は、ミニ店舗に出店を希望する候補者との面談から始まった。しかしそれにとどまらず、ミニ店舗の賃貸契約書を作成し、さらに契約の交渉までこなしていったのである。率直に言って、本人がそこまで積極的に参加するようになるとは、殆どの学生も想像していなかった。自分に適した活動を見つけたのが最大の契機であろう。ちょうどその頃、本人は出資の決意もしていたのであった。

こうした3名の他にも、活動に加わってきた学生が見られる。

F君（3年生。男子）は、会計学のゼミに属しており、当初から経理担当として打合せの席上でも積極的に専門知識を披瀝していた。夏季休暇中は将来進路に関連した研修などのため殆ど参加していなかったが、後期の講義が再開すると共に復帰している。ただし、10月に入るまで会計業務の準備が本格化しなかったため、本人の参画はあまり目だっていなかった。会計業務の準備はいくら早く立ち上げて遅くはなかったし、ビジネスプランを練り上げるうえでも彼にいくらでも力を発揮して欲しかったのであるが、“会計は任せよう”という一言だけでは、進展が見られなかった。いよいよ開店が間近に迫り、緊迫感を感じた頃、会計ソフトを手渡したところ、漸く具体的な準備に入った次第である。

G君（2年生。男子）の場合、状況は少し異なっている。彼はやや離れた市にある商店の子息であるが、設立大会に向けて属する商店街ならびに友人から出資者を9名募るという成果を挙げていた。無口で目立たないけれども、着実に任務をこなしていた。その後も一貫して打合せ会議には出席していたが、明確な業務を担当するにはいたっていない。経営幹部も本人が本当にやりたい業務を見極められない状況が続いている。

こうした学生一人一人の業務分担は、社長が主に考え出して実行に移された。社長になった学生は、学内での友人ネットワークが広く、また高校時代に生徒会活動を積極的にこなすなどリーダーシップに優れていた。その能力を発揮して学生達をまとめ始め、またそうした活動を契機として、自らの社長としての居場所に確信を深めたのである。これらは、いずれも双方向的な効果をもたらした。

そして第3の大きな節目は、言うまでもなく10月14日の仮オープンである。ここでは、実際に店舗における営業を目前にひかえた準備活動が求められ、店の内装・外装から始まって店舗運営に至るさまざまな物理的活動を遂行していかなければならない。また、ホームページ作成についても、顧客からの受注活動が始まっており、具体的な作業に入っている。したがって、企画段階から遂行段階に移行しているので、参加人数が以前の段階より倍増している。

この段階では、以前から参画していた学生幹部を核として、それぞれの活動で新しい学生が活動を始めている。幹部学生にとっては、自らの居場所が定まっており、リーダーシップを発揮しやすい局面である。

その他、大人数の参加が必要な局面では、イベントごとに必要人員に参加を呼びかけた。たとえば、9月末日に実施したミニ店舗勧誘のビラ配りの場合、合計参加人員は11名であるが、常連メンバーの他、5名が呼びかけに応じている。これらは一時的なスポット参加であるため、図表5の人員には含めていない。スポット参加メンバーは、いずれも呼びかけた常連メンバーの直接の友人あるいはその友人という具合に、学生間の人脈でネットワークが広がっている。

10月4日の会社設立確認の段階で、幹部を召集して新局面への移行を告げた。ここからは、学生が名実共に前面に立つ新しい段階に入ったのである。同様の言明は、10月6日の第14回ふじえだ駅前実験店舗研究会の席上でも行われ、その瞬間から研究会における報告は全て社長を中心とする学生にバトンタッチした。

顧みれば、もっと早期に学生を前面に押し出したほうが起業に対する学生の主体性を高めるには効果的であったかもしれない。教員が前に出れば学生が一步引込むのは力学的な道理でもある。学生の主体性が低いからと心配するあまり、教員が表に出ている限り、学生のリーダーシップは抑えられたままでいるだろう。まさに鶏と卵の関係である。

学生のエネルギーを最大限発揮させるには、大胆に権限を委譲するのが一番である。少々の失敗があっても、その失敗自体が勉強であり、それを乗り越えて成長していくに違いない。そのように信じて思いきって任せるのが成長への近道であろう。

なお、ミニ店舗への出店に対する学生の関心についても触れておこう。6区画用意されたミニ店舗のうち、最終的に2区画を学生が運営することとなった。学生H（3年生。女子）は当初から強い意志をもってアパレル・リサイクル販売を志しており、友人1名と交代で店番にあたる計画を固めて、店舗計画も自発的に進めてきた。

もうひとつのミニ店舗を運営するのは2年生のグループである。今回の起業を支援してきた教員（筆者）が担当するアドバイザーグループに属する学生を中心とする6名（男5、女1）である。彼らは前年の学園祭における模擬店出店を皮切りとして、商店街の夏祭りにも模擬店を出しており、店舗出店に対する抵抗感は少ない。また、こうした一連の活動を通じて人間関係も深まっており、相互の信頼感も高まっている。今回の営業は古本リサイクリングである。

この他に、出店に関心を示した学生は数人いた。それぞれ、自作手芸、アパレル、中国輸入品あるいは祖父が製作する工芸品を販売したいと4人の学生から出店意向が示されたが、実現には至っていない。ビジネスプランが提出されておらず、夢の域を出ていない状況である。ただし、自作手芸の販売を望んだ学生（2年生。女）は古本リサイクリング・グループの一員として、出店に参加した。また、中国輸入品販売の意欲を示した学生は、前述の学生Dである。彼のビジネスマインドは、インターネットカフェに向けられ、単なるネットサーフィン営業から高付加価値営業へと方向転換させる原動力となった。

4) 商店街との緊密化

今回の起業プロジェクトを契機として、店舗を構える場である商店街との緊密化がさまざまな形で進められた。これは予想通りの結果とも言えないことはないが、緊密化の形態は予想外のものも含まれていた。

最初の呼びかけは、商店街代表者から発せられた。5月9日の研究会で、「夏祭りやクリ

スマスセール等各種イベントに関する商店街の打ち合わせ会に学生を派遣してほしい。人数は3人くらい、アイデアを出してくれるタイプがよい。」との要望が表明されたのである^{vi}。商店街の意向としては、夏祭りの企画への全面的な参加を希望していた模様であるが、日程上の都合もあり、今回は商店街が企画した夏祭りに部分的に参加する方法をとった。結果的に、7月29日に行われた商店街夏祭りには、大学側から模擬店、女子サッカー部、軽音楽部の3団体、総勢35名が参加できた。参加メンバーが、“終了後、商店街の皆さん方と話しをする機会ができて良かった”と喜んでいたので印象的であった。

また、筆者のゼミでは調査・コンサルティング事業を受け持っているが、その関係でゼミ活動の半分を商店街で実施してきた。具体的には商店街振興組合の会議室を借りて打合せを行った後、全員が3班に分かれて店舗の実態調査に入った。3回も同じ店を訪問していれば、お店の方々と自然に仲良くなる。こうしたプロセスを経て、意外にセンスの良いアパレル店を発見したりするのであるが、何と言っても日常的なふれあいこそ関係性を深めるうえでは欠かせない重要事である。

商店街との関係は、多くの場合、商店街のイベントを通じて緊密になっていった。たとえば、9月末のサービスデーに向けて合計3万枚のチラシが新聞に折りこまれたが、その中にミニ店舗の勧誘スペースが無償で提供された。また、10月14日～15日の秋祭りイベントの際に市内全域に配布される折込みチラシ(3.8万部)にも同様に無償で広告スペースが提供された。10月14、15日は当該地域にある神社の祭礼でもあり、山車をひく要員を出すように商店街振興組合から大学に要請があり、これにも15名程度の学生が参加する予定である。こうした動きは、11月3日の東海道400年祭関連イベント、そして来年の商店街イベントへの参加と続くであろう。参加の人数が量的に拡大するだけでなく、より深い参加へと質的にも進化することを期待したい。

こういう日常的活動を契機として商店街と大学がコミュニケーションを深め、交流の幅と深さを進化させる持続的努力の重要性を痛感させられた次第である。

7月末の設立大会時に、“今回設立する会社が藤枝にあるとわかるような名称にしてほしい”という意見が商店街からあった。これも商店街から寄せられている期待の表現であろう。商店街にとって、その活性化はまさに死活問題である。起業する側も、その要望を真剣に受け止めて期待されている役割を十分に果たさなければならない。

参考資料

1. 「実験店舗が始動」(平成12年3月17日、静岡新聞)
2. 「大学ゼミ、テーマは『ベンチャー企業起こし』」(平成12年6月29日、読売新聞)
3. 「売ります『大学生の消費情報』」(平成12年7月25日、日本経済新聞)
4. 「実験店舗『インターネットプラザ』が仮オープン」(平成12年10月16日、朝日新聞)
5. 「実験店舗がオープン」(平成12年10月23日、静岡新聞)

i ハーバード・ビジネス・スクールには大学付属の工場が存在したという。(本学学長・大坪檀教授)

ii 緊急打ち合わせ議事録(7/13)

- iii 第3回(4/26)議事録
- iv 日大国際関係学部
- v 藤枝商工会議所婦人部長による
- vi 第4回(5/9)議事録

平成12年(2000年)3月17日(金曜日)

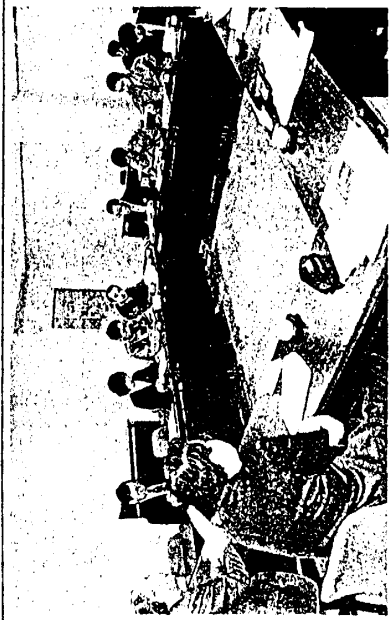
県民新聞

県民新聞

県民新聞

平成12年(2000年)3月17日(金曜日)

(23)



実験店舗開設に向け、事業概要やスケジュールなどの確認した研究会の初代会合＝藤枝市駿河台の静岡産業大国際情報学部

藤枝市の静岡産業大国際情報学部が、JR藤枝駅北の駅前商店街振興組合、行政などと合同で商店街の空き店舗に実験店舗を開設する計画の研究会初代会合が十六日、同学部で開かれた。計画は創業ノウハウの開発を主な狙いとし、同学部の学生らも出資、運営にかかわる本格的な実践が特徴とされている。県内全店舗数の約八割に及ぶという商店街の空き店舗。その問題解決の糸口を模る「攻め」の仕掛けとして注目を集めそうだった。

初代会合には同学部と駅前商店街、藤枝商工会議所、市、県の関係者らが出席し、

後藤俊夫同学部教授を会長に、山田寛良商業まちづくり室長を副会長に選出した。後藤教授は「不可欠な要素は学生の熱意。商店街のノウハウと行政のバックアップ。市民の意見が取り入れられるようなオープンな運営にしていきたい」と呼び掛ける。同時に「有限会社か株式会社を受け皿として設立。六月までに大枠で受け皿のめどをつけたい。店舗で何をやるかの具体化も図らなければならない」とのスケジュール、①インターネット事業②店頭販売③集客、イベント的な事業―という実験店舗の三

「実験店舗」が始動

静岡産業大と駅前商店街 スケジュールを確認

研究会初代会合

つの柱を挙げた。計画では、実験店舗の運営は同学部の学生や一般公募の市民らが行うとされ、運営者には自分の負担を求め、一方で、営業活動から得た利益を分配する。さらに大学側は創業のリスク調査、リスク回避策の研究や市場調査などを担当。商工会議所と商店街はイベント創出など、市、県は資金面を支援する。研究会に参加する岡村雅彦、駅前商店街振興組合街づくり委員会委員長は「学

生をきめ立場の違う人たちが、商店街の中にいると気付かない貴重な意見が聞ける機会と思う。まだどういふものかがつかぬ不安もあるが、期待も大きい」と話していた。

静岡経済

〈支 局〉
静岡 〒420-0866 静岡市西草深町
5-18 (電)054-253-7191
浜松 〒432-8023 浜松市鳴江
1-20-28 (電)053-452-8593

列島フラッシュ

北海道 街づくりへ大学と商店街協力
釧路公立大学地域経済研究センターは釧路市内の共栄大通商店街(加盟33店)とまちづくりの共同研究を始める。消費者調査や商店街側も参画するワークショップ開催などを通じ、活性化の手法を検討する。国公立大と商店街との共同研究は全国でも珍しいという。

群馬 図書館などネットサービス拡充
県内の図書館や文書館でインターネットなどを使ったサービス導入が相次いでいる。CD-ROM(コンパクトディスク)を利用した読み出し専用メモリー)の貸し出しやネット上での古文書解説指南など、全国でも先進的な試みが目立つ。パソコンに触れる県民が増えるのに合わせ、利便性を高めようとしている。

環八沿道の新規建築に規制
都と大田区は環状8号線(環八)の騒音対策を進めるため、来年度から同区沿道の一部について建築物を新設する際の規制を設ける。都が騒音対策の沿道法を適用、大田区が環八に面する建築物の高さを5m以上にしよう求めたり、地域内の住宅の防音工事を義務付けたりする。工事費の一部は都が助成する。

大阪 大阪技術移転機関、来年設立へ
府と府内の大学は、2001年4月を目標に「大阪TLO(技術移転機関)」(仮称)を設立する準備を始めた。国から助成金を受けられるよう、大学等技術移転促進法(TLO法)に定めるTLOの承認を申請する。経済界にも人材、資金面で協力を依頼する。

岡山 光ファイバー敷設で技術コンペ
岡山市は下水道に光ファイバーを敷設する工法について、技術コンペを実施する。各家庭につながる下水道の末端部分について、コストの低い工法技術の提案を求める。技術案の応募期間は24日から8月7日まで。コンペは国の補助を受けて実施する。

福岡 貯水槽などの沈殿物を安く除去
ポンプ設備ベンチャーのトライボンプ技研(直方市)は貯水槽や水路にたい積するヘドロ、泥土、砂などの沈殿物を従来の10分の1のコストで除去できるシステムを開発した。水底にトンネル状の水路を設置し、沈殿物をポンプで吸い上げる。かき混ぜ、かき寄せ用の駆動設備が不要で、保守管理も容易。

大学の消費情報

静岡産業大学国際情報学部の後藤俊夫教授のゼミの学生が、大学生の家計・消費情報の販売を事業化する。二十九日に有限会社を設立、インターネットなどを利用して十月下旬に静岡と東京の大学生約四百人を対象に家計・消費動向を調査し、その情報を若者の消費行動などに関心のある企業へ販売する。大学生の家計調査例が少ないことから、ニーズがあるとみて事業化に踏み切る。

静産大の学生会社を設立

の学生のほか、隣接市民などから出資を受ける。アンケートでは、収入・支出などのほか、今後の購買予定、今どきのものに興味を持っているかなどを聞く。総理府の家計調査と比較できるような質問項目も考へる考えだ。

静産大の学生約二百人は、全真パソコンを持っていることからネットワークを利用して調査する。東京圏は、日本大学経済学部の広井孝教授のゼミ、亜細亜大学の横沢利昌教授のゼミの学生の協力を得て、同大学の学生を対象に調査する。

将来は関西圏の大学のゼミとの連携して全国的規模の調査にしたいという。初年度売り上げ目標は約五百万円。

アルバイト求人情報ネット配信

「iモード」でも情報公開
就職情報誌を発行するアルバイトタイムズ(静岡市、鈴木秀和社長)は九月七日、アルバイト、パートの求人情報のインターネット配信を始める。ネットの特性を生かして求人情報を随時更新するほか、多様な検索方法を提供して求職者が利用しやすいとする。同時にNTTの携帯電話サービス「iモード」でも情報を公開する予定だ。

は四一・〇％増。新規求職者の数は同一・四％減の一万余が三六・八％増、運輸・通信は四四・六％増、製造業は七・二％減だった。

のアルバイト・パート情報誌は地域別編集を採用しているため、資金などで検索するに手間がかかることが難点だったという。

ネット独自の情報は雑誌の締め切りに間に合わないといった急な求人が中心となる見込み。アドレスはhttp://www.mitsukete.com/と予定している。

26カ月ぶり高水準

有効求人倍率 6月県内0.82倍に

静岡労働局が二十四日発表は全体として上向きに、一三・五一四十四歳は一・四

売上高

企業の景況感が大幅に改善する中で、国内総生産(GDP)の約六割を占める個人消費の行方に関心が集まっている。県内の動きはどうか。専らしに



静岡県百貨店協会会長 霜島 隆弘氏

「この夏は、いかに消費を促すかがポイントだ」と、関係者の声

ネット接続 県内、申し込み1500件に
NTT西日本 きょううから開始
定額料金がインターネットの約一週間の事前申込数は、本電信電話(NTT西日本)のサービスが二十五日、静で月内には三万件に達する見込みで、滑り出しは順調だ。

実験店舗「インターネットプラザ」が仮オープン

藤枝の商店街と静岡産業大生ら

駅前通りネットで活性化

420万円 市民出資 学生が店舗運営

藤枝市にある静岡産業大学国際情報学部（以下「産大」）の学生らと藤枝駅前商店街が一緒になって、同商店街の空き店舗の活用を目指す「インターネット実験店舗」が二十二日オープンすることになり、同商店街の秋祭りがあった十四、十五の両日、実験店舗の「インターネットプラザ」が仮オープンし、市民らに利用を求めた。店舗では、インターネットを低料金で利用できるようにしたり、インターネットを使ってお茶などの特産品を市価より安く販売するといった。



「クリック・ドット・コム」のインターネットプラザには、多くの市民らが訪れてパソコンを操り、藤枝駅前二丁目での

古着や書籍販売も

「インターネットプラザ」を運営するのは、静岡産業大学国際情報学部の後藤俊夫教授のもとで学ぶ学生らでつくる有限会社「クリック・ドット・コム」。

「地元で開かれた大学」

を自指す大学側と、郊外店などに客が流れ、客集めに頭を悩ます商店街側の思惑が一致。商店街などの支援で、学生らが実験店舗をつくることになり、事業内容の検討や出資金集めを四月下旬から進めてきた。

学生らは商店街周辺の住民の実態調査やマーケティングで、パソコン所有率は二割に満たないものの、パソコンに興味を持つ住民が約半数を超えていることがわかり、パソコンに触れてもらえるインターネットプラザを運営することに決めたという。

プラザには、六台のパソコンを置き、三十分二百円でインターネットを自由に体験してもらうほか、パソコンセミナーなども開く。また、自分たちで仕入れたお茶やシラス、サクラエビなどの特産品をインターネットで販売する。一方、出資金も市民ら四十六人から約四百二十万円が集まり、これに県や市の補助金を加え、約七十平方メートルの空き店舗を借りたり、パソコンを買ったりと準備を進めてきた。

十四、十五両日の仮オープンには、来店者にデジタルカメラで撮影したカレン

ダーをプレゼントして店をPR。女性客からは「普通のインターネットカフェより設備もいいし、名刺とか作ってくれるサービスもうれしい。楽しみにしています」と話した。

二十二日には店舗の一角を貸し出して、ほかの学生らに企画・運営してもらう古着や書籍の販売店舗が集まった「ストアインスト」も開店する。社長を務める三年生の水

森正幸さんは「から作り上げてきた会社。いろいろなお客さんに気軽に利用してもらえるサービスを提供し、商店街の活性化に役に立ちたい」と話している。

朝日新聞 (10月16日 朝刊)

実験店舗がオープン

静岡産大生

「頑張ります」と決意

藤枝市長らが門出祝う



静岡産業大国際情報学部が起業実習として自らも出資して設立したIT(情報技術)分野の有限会社「クリック・ドット・コム」の「ふじや」実験店舗が二十二日、藤枝市駅前二丁目の駅前通り商店街に開店した。

オープニングセレモニー「事業の仕掛け人の大垣博孝」藤枝商議所、商店街振興組には松野輝洋市長や、この「長」のほか支援した真、市、一合などの関係者が出席し、

「起業と経営、商店街活性化の実験室」の門出を祝った。

「クリック」社の社長で同大三年の水森正幸さん(三)は「甘えることなく、力を合わせて頑張ります。引き続きご支援をお願いします」とあいさつ。金社幹部の学生たちが、出席者に事業計画や運営体制などを説明した。

空き店舗を改装した店舗

「(応答が)速いね」と松野市長(手前)藤枝市駅前二丁目の「クリック・ドット・コム」

は広さ約九十平方メートル。表側分二百四のインターネットの約六割を占め、古本、身体験コーナーとした。名刺レミヤかん具などの店に貸す。直営部分には六台のパソコンを設置して三十製や電子商取引などを手掛

けていくという。

営業時間は正午から午後

八時(金、土は午後十時)

まで。水曜定休。同店は(電

054(644)3032)

2000.10.23(月)
静岡新聞